

Методические рекомендации по ведению информационной кампании Международной Премии #МЫВМЕСТЕ

1. Информационная поддержка. В целях максимального распространения информации и вовлечения в повестку Премии рекомендовано обеспечить:

- своевременное распространение всех официальных пресс-релизов по локальным СМИ;
- наличие актуальных новостей по релизам на сайтах ведомства и подведомственных организаций;
- наличие актуальных мультимедийных материалов в социальных сетях.

2. Рекламная кампания. Для проведения рекламной кампании в регионах рекомендовано:

- размещение информационных рекламных щитов в регионе с официальными макетами, локация – центральные и проходные места, сторона размещения – по направлению потока, период размещения – не менее 1 месяца;
- размещение рекламных баннеров на региональных партнерских популярных сайтах с официальными макетами совокупным охватом не менее 500 тыс. показов. Уровень площадок – ведущие сайты региона, с посещаемостью не менее 10 тыс. человек в месяц;
- размещение рекламных роликов на региональных ТВ и интернет-каналах с официальными видео; количество роликов – не менее 2 волн размещений за период проведения Премии, период размещения – не менее 2 недель, частота показов – не менее 5 раз в сутки;
- размещение рекламных джинглов на региональных радиостанциях с джинглами; количество рекламных джинглов – не менее 2 волн размещения за период проведения Премии, период размещения – не менее 2 недель, частота выходов – не менее 5 раз в сутки, длительность джинглов – не менее 15 секунд.
- размещение информационных публикаций у региональных лидеров общественных мнений. Количество блогеров, задействованных в кампании, – не менее 7 с количеством подписчиков не менее 10 тыс. человек;